

## عنوان مقاله:

طراحی الگوی کنشگری ائتلاف راهبردی با کاربری داده بنیاد

## محل انتشار:

پژوهشنامه بازرگانی، دوره 26، شماره 103 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

غدير شکیبا جمال آباد - دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان

محمدحسن قلی زاده - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان

محسن اکبری - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان

مصطفی ابراهیم پور - دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه گیلان

## خلاصه مقاله:

کنشگری ائتلاف راهبردی واکنش مبتکرانه سازمان در شناسایی و پاسخگویی به فرصت های ائتلاف راهبردی است. پژوهش حاضر به دنبال آن است تا با کاربری تئوری داده بنیاد به ارائه مدل مفهومی کنشگری ائتلاف راهبردی پرداخته و نگاه های اقتصادی را قادر سازد تا به عملکرد تجاری برتری نسبت به رقبای بالفعل حال و بالقوه آینده دست یافته و با فهم و درک برتر از محیط خود، به کسب مزیت رقابتی مناسب نائل گردند. این تحقیق از نظر نوع شناسی جزء پژوهش های کیفی است و در پارادایم تفسیرگرایی قرار گرفته و جهت گیری آن توسعه ای است. داده ها از طریق مصاحبه های نیمه ساختارمند با ۱۸ نفر از اساتید دانشگاهی، کارشناسان خبره و مدیران شرکت های تکنولوژی محور (هابتک) ایرانی که سابقه ائتلاف راهبردی در فعالیت های خود دارند، جمع آوری شد و از طریق نمونه گیری نظری و گلوله برفی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری ادامه یافت. پس از تحلیل مصاحبه ها، در مرحله کدگذاری باز تعداد ۳۵۳ کد باز مفهوم سازی شد و در ادامه، مفاهیم فوق در کدگذاری محوری و انتخابی در قالب ۹۳ مقوله فرعی و ۲۹ مقوله اصلی طبقه بندی شدند و در نهایت مدل مفهومی کنشگری ائتلاف راهبردی با ابعاد شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها و اقدامات، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر و پیامدها و نتایج استخراج گردید. نتایج تحقیق می تواند در شناخت عوامل و موانع رفتارهای کنشگری ائتلاف های راهبردی، نقشه راه مدیران بوده و ابعاد گوناگون در حوزه های راهبردی، زمینه ای و مداخله ای را معرفی کرده و شناخت صحیحی نسبت به پیامدهای آن ارائه کند.

## کلمات کلیدی:

ائتلاف راهبردی / کنشگری ائتلاف راهبردی / نظریه داده بنیاد / شرکت های تکنولوژی محور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1520700>

